

从基督教伦理的观点思考消费主义

作者: 叶智仁 (C. Toby YIP)

本文所属范畴: 基督教与人文科学 / 基督教与资本主义 / 环保与基督教伦理

Keywords: 消费主义 (consumerism), 富裕社会 (affluent society), 商品化 (commodification)

* 本文的初稿曾发表于《真理报》(Truth Monthly) 2001 年 2 月号

[繁體 PDF 檔下載](#) | [简体 PDF 檔下載](#) | [观看简体 html 檔](#)
[版权声明](#)

富裕社会和消费主义是一对双胞胎。在资本主义经济全球化的今日, 当「自由市场的笛声」鼓励每一个人都以拥有更多商品为生活幸福的终站, 社会环境便只会绕着过度生产 (overproduction) 和过度消费 (overconsumption) 的双重轴心而旋转。举例而言, 在全球化消费主义 (global consumerism) 的影响下, 世界各地大部分城市, 不同种族和信仰的人都知道十二月有一个大日子——圣诞节。这个日子是关于基督信仰的真理固然为事实, 但这日子同时已被商品化也是事实。我们需要承认, 在物质丰富的社会环境里, 不少基督徒也没法完全逃避消费主义的宰制 (domination) 而单纯地以属灵的方式去纪念主耶稣基督的诞生, 因为这个大节日的普遍社会意义早已被塑造为购物和消费的旺季。

这现象背后更复杂的伦理问题是现代商品的消费逻辑是商品自身会不断否定自己, 广告营销的潜台词暗地里告诉每个人, 当拥有了某商品后不久, 无论如何, 该商品就需要被弃被替换。换句话说, 消费主义的法则是人生活的满足感「应该」来自不断增长的消费欲望及其行为。时装、计算机、手提电话、流行曲、甚或某些人的感情生活都是俯拾皆是消费例子。

本文的焦点就是以基督教伦理为基础去思考富裕社会中的消费问题, 并尝试探讨实行如何爱神爱人的进路。

消费的价值伦理问题

消费与生产是银圆的两面。生产是为了满足消费的需要, 例如织布种米是为了温饱, 这本来不构成任何道德伦理的问题。然而, 当生产的目的或结果是为了「奢侈的消费」(luxury consumption), 甚至于所谓「浪费」, 问题便应运而生, 而且讨论变得复杂。譬如, 当香港经历第二次世界大战, 曾经有段日子

物质匮乏，一人有一碗白饭吃被叫作奢侈。但现在香港物质充裕，人们时常以牛排、海鲜作晚餐又是否可以被斥责为奢侈呢？是否以「鱼翅捞饭」在道德上就一定算作浪费？追求品味和时尚款式为什么不可以？

反过来说，怎么样的消费方式在道德上算作合理呢？应该针对消费的动机，消费的过程抑或消费的结果而作判断呢？另一方面，一国的贫穷与邻国的富裕有没有冲突，国家的强界会否让我们在资源分配和消费的道德问题上可以心安理得呢？

委实，关于消费的一连串问题，迫使基督徒要认真思考我们的信仰，是否只停留在个人与上帝的关系上。爱神的基督徒如何消费，才是爱己，才算爱人？到底人与人之间的社会关系跟基督教伦理何干？ⁱ

富裕社会的消费特征

我们知道，没有一个诚实的现代消费者敢说他什么消费欲望也没有。每当旧的「需要」被满足后，新的「需要」会接踵而来。例如肚子饱了，希望食物美味好看，又或想节省煮食时间，又或讲饮宴的排场讲炫耀地位吃法，又或要求在主题餐厅 (theme restaurant) 享受吃的乐趣等等。

在当代的消费社会，资本主义的其中一种营销策略 (marketing strategy)，是藉市场研究和广告，持续生产新的「需求」和迈向「个人和家庭更好的生活」的消费意象。针对欲望的不断涌现，我们可以把消费主义进一步理解为享乐主义 (hedonism) 及个人自我主义的具体经济运作模式。在这种观念下，社会被视作个人的结集而非一个群体，个体的自由 (individual liberty) 被高举，每个人都可以和应该不受他人限制地追求物质的丰盛，从而带来最大的快乐或避开痛苦。简言之，消费主义的主张是快乐主要是个人藉丰富和从不间断的物质享受而获得。

进一步分析这种观念和它在实践上的过程及带来的后果，我们会发现以下几项问题：

- i) 现代消费的动机是满足个人或一小圈子的人 (如家人) 不断出现的快乐欲望，并不去考虑群体或全球整体或下一代的需要和幸福。
- ii) 无限制的物质追求带来高生产和高消费，其副作用是生态失衡和环境污染，破坏永续生存 (sustainability) 的可能性，核污染、热带森林区缩小、全球温室效应 (global warming)、滥用胶袋都是例子。
- iii) 消费市场不断扩大，被商品化的范畴遍及人类生活的各领域，从身份认同 (identity) 到灵里的满足都可以是消费的对象。纵欲的消费过程把存有 (being) 和拥有 (having) 的界限朦胧化。

爱神爱人的回应

基督教伦理并不要求我们禁欲禁消费，实践异教徒刻苦修行以成圣的生活。但在生产和消费的问题上，特别针对富裕社会的消费主义，我们要根据圣经的教导从下述三个方向仔细思考。

首先，基督教的世界观是关于神的创造，强调人要照神的形象作好管家和经理人的职份。因此，过度生产和过度消费而破坏地球生态环境、祸及下一代和其它物种就是破坏神的创造。我们爱神便需要尊重神的创造并遵行保护大自然的法则。圣经上记录有关如何使资源永续的经文例子有：申命记 20 章 19-22 节：「你若许久围困攻打所要取的一座城，就不可举斧子砍坏树木，因为你可以吃那树上的果子，不可砍伐，田间的树木岂是人，叫你糟蹋吗？独你所知道不是结果子的树木可以毁坏、砍伐，用以修筑营垒，攻击那与你打仗的城，直到攻塌了。」；申命记 22 章 6-7 节：「你若路上遇见鸟窝，或在树上，或在地上，里头有雏或有蛋，母鸟伏在雏上或在蛋上，你不可连母带雏一并取去。总要放母，只可取雏，这样你就可以享福，日子得以长久。」和利未记 25 章关于实行「禧年原则」的吩咐。换言之，以环境保护为大前题是我们现代人思考生产和消费问题的基本进路。此外，受托看管(stewardship)的观念，正如龚立人(1999:62-64)所言，「受托就是看生命有其相互性(mutuality)」，我们活在一种相互的整体生活关系中。神已清楚教导我们「没有个人的权利可以漠视贫穷人的需要」(利 19 章 9-10；申 24 章 19-22)。

第二点，旧约记载的十诫最后的诫命是叫我们「不可贪恋」，这正好指出消费主义引发的道德问题。因为消费主义(或它的根源享乐主义)本身就是鼓吹人们不断拥有或消费更多物质和享受更多服务。贪婪不独是自我中心的问题，后果更是影响别人的利益，违背神教导我们爱邻舍的命令。例如以全球化的眼光计算，富裕社会的高消费往往就是抢夺了贫穷地方和未来一代的资源。举一项有趣的统计数字来说明这现象：以 1989 年的调查而言，我们知道，平均每个美国人一年饮了 186 公升的汽水和 141 公升白开水。由于汽水会使人肥胖，因此汽水生产商制造的减肥汽水(diet soda)很受欢迎。但较少人留意到每支含有少于一加路里食物热能(food energy)的 12 安士装减肥汽水需要消耗 2,200 加路里的能量来生产(Suzuki, 1998:96)。

耶稣在主祷文中亲自教导我们要为每天的饮食而祈祷，其中一项意义就是针对我们的贪念。祂曾清楚对众人说：「你们要谨慎自守，免去一切的贪心，因为人的生命不在乎家道丰富。」(路 12:15)。旧约以色列人厌恶神每天赐给他们的吗哪，而连续一个月吃鹤鹑的事件令「那地方便叫作基博罗哈他瓦(就是“贪欲之人的坟墓”)」应该是消费主义者的鉴戒。因此，当贪婪的欲望作为富裕社会有意识或「所谓」无意识的消费动机时，基督教的文化抗衡路线便显得举足轻重，这更令人联想到属灵九种果子中包含节制的意义。

最后一点要提出的社会观察是，商品化的大趋势已成功向人类各领域「殖民」，加上文化工业(例如媒体和广告)的共谋，出现了消费被「偶像化」的道德问题。当我们把消费变成生活的中心，一切的关系以消费为基础，所有问题依赖消费为解决的出路，我们就是把「消费」当作偶像事奉和敬拜，失却真正的自由。这样的生活模式便是跟十诫的首要诫命背道而驰。况且当我们一旦完全以「消费」取代神，相应地我们跟人的关系也会失去道德的基础。试想，

在全面高举商品化的情況下，難道色情事業不也是藉消費讓個人追求快樂的活動而已？複製人的生產也不只是以消費方式讓人解決生老病死的痛苦策略嗎？因此，面對消費主義霸權，愛神愛人的關鍵行動就是要作先知，喚醒眾人要把消費「非偶像化」，重新放在基督教倫理的規範下運作。

當有一天，聖誕節在世界各地都能完全「非商品化」之際，我們便知道先知的聲音被聽見了。

參考書目

羅秉祥(2002)。《公理婆理話倫理》。香港:更新資源。

龔立人(1999)。《人際社會的建立:基督教社會倫理》。香港:香港基督徒學會。

Suziki, D. (1998) *Earth Time: essays*, Toronto: Stoddart.

基督教在线中文资源中心(OCCR)版权所有©2003

OCCR 鸣谢文章原作者允许在网上发表本文。

读者可免费下载本文作个人或小组阅读及研究，唯必须全文下载，包括本版权声明，并在引用时声明出处。引用方法及中文文章版权详情及来源可参

<http://occr.christiantimes.org.hk/introduction/citationandcopyrights.htm>。

本文网址 http://occr.christiantimes.org.hk/art_0008_sc.htm

OCCR 网址 <http://occr.christiantimes.org.hk>

?

[繁體 PDF 檔下載](#) | [簡體 PDF 檔下載](#) | [觀看簡體 html 檔](#)

ⁱ 關於「愛神、愛人和愛己」三者在基督教真理中的邏輯與及其作為基督教倫理的基礎之討論，有興趣的讀者請參閱羅秉祥的《公理婆理話倫理》的第二課。